

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

1. Setelah dilakukan analisis dengan melihat pola konsumen dalam membeli roti bluder berdasarkan profil dari responden, dengan menggunakan metode MANOVA.
 - a. Tampak bahwa konsumen dengan usia muda (16-25 tahun) lebih menyukai roti dengan kriteria pilihan rasa keju dan coklat, sedangkan untuk usia menengah (26-35 tahun) dan tua (36-45 tahun) menyukai roti bluder dengan rasa coklat, keju, dan strawberry. Untuk usia tua (36-45 tahun) menyukai roti bluder dengan rasa coklat, keju, dan kismis.
 - b. Untuk kemasan roti bluder tidak memiliki perbedaan antara usia muda (16-25 tahun), menengah (26-35 tahun), dan tua (36-45 tahun) yaitu kemasan yang gelembung.
 - c. Untuk ukuran roti, usia muda (16-25 tahun) dan menengah (26-35 tahun) lebih memilih roti bluder dengan ukuran besar dan sedang, sedangkan untuk usia tua (36-45 tahun) lebih memilih roti bluder yang berukuran besar.
 - d. Untuk pemilihan masing-masing kriteria dapat diketahui bahwa usia antara muda (16-25 tahun), usia menengah (26-35 tahun), dan usia tua (36-45 tahun) hal utama yang dipertimbangkan memiliki kesamaan yaitu pada kriteria pilihan rasa, tetapi untuk usia muda (16-25 tahun) memiliki pertimbangan yang berbeda setelah pilihan rasa yaitu mempertimbangkan kriteria ukuran setelah itu kriteria kemasan. Sedangkan untuk usia antara menengah (26-35 tahun) dan tua (36-45 tahun) lebih mempertimbangkan kriteria kemasan lalu kriteria ukuran.
 - e. Dari hasil analisa pada bab IV dengan menggunakan metode *conjoint* maka didapatkan bahwa secara umum pertama yang

dipentingkan dalam memilih untuk membeli roti bluder adalah pilihan rasa sebagai acuan awal setelah itu responden tersebut melihat kemasan dan selanjutnya adalah ukuran dari roti tersebut.

2. Untuk usulan rancangan produk roti bluder yang baru adalah produk roti dengan ukuran yang besar dan kemasan yang gelembung, karena saat ini perusahaan roti “X” hanya membuat roti bluder dengan ukuran sedang dan kemasan tidak gelembung.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Dr. Ir. Kuntoro Mangkusubroto MSc, **Analisa Keputusan : Pendekatan Sistem dalam Manajemen Usaha dan Proyek**. Ganeca Exact Bandung.

Joseph F. Hair; JR, Rolph E. Anderson; Ronald L. Tatham; William C. Black ***Multivariate Data Analysis Fifth Edition***. Prentice-Hall International, Inc.

Philip Kotler (2005), **Manajemen Pemasaran, Jilid 1**. (Edisi Bahasa Indonesia). PT INDEKS Kelompok Gramedia. indeks@cbn.net.id.

Naresh K. Malhotra, ***Marketing Research An Applied Orientation***.

Prof. J. Supranto, M.A, APU (2004). **Analisis Multivariat : Arti dan Interpretasi**. Jakarta : Penerbit PT RINEKA CIPTA.

Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono (2001), **Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS**. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Singgih Santoso (2002), **Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat**. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt (2005), **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<http://www.sawtooth.com> , ***Conjoint Analysis***, 2001